

Nuevas tendencias del marketing

Tus sueños son nuestra empresa



EVOLUCIÓN DEL MARKETING



1900



1950



Aparece la
publicidad impresa



El marketing
florece



La burbuja
punto com



1450-
1900

La emergencia de
los nuevos
medios



1920-
1949

1950-
1972

Emerge la era
digital



1973-
1994

1995-
2002

La era del
inbound
marketing

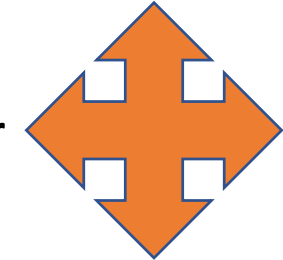


2003-
2012

1970

Segmentación

Consumidor



Marca

Posicionamiento

2000



Nuevos medios- Nuevo marketing



MEGATENDENCIAS GLOBALES (D)



**2030, la población mundial crecerá en más de 1.000 millones de personas .
97% en países emergentes.**



En el año 2030 el 85% del crecimiento poblacional de los países desarrollados será producto de las migraciones, generando beneficios a estos países, pero igualmente tensiones políticas y sociales

Para el 2050 la población de África se duplicará. La edad promedio de Japón será de 53 años y en Nigeria de 23

En Europa y América Latina la población se hace cada vez más mayor, implicando más desarrollos tecnológicos para la atención en salud.

Los modelos de negocio deberán adaptarse a las características de los diferentes grupos etáreos.



MEGATENDENCIAS GLOBALES (R)

El modelo económico esta llevando al planeta a sus limites.

La demanda de energía, agua potable y alimentos se incrementan. Se necesitará 35% más en alimentos para el 2030.

Solo un 3% del agua del mundo se considera agua dulce. Los países de América Latina sufrirán de escasez de agua en el 2025.

Para la industria redefinir la operación del negocio es un factor de sostenibilidad y la responsabilidad social un acto de juzgamiento de consumidores e inversionistas.

En el 2050 China continuará siendo el motor de la economía global e India podrá superar a EEUU.

Seguirá la caída de precios de los "commodities", las economías de los países dependientes de estos bienes deberán diversificarse para mejorar su estabilidad económica



MEGATENDENCIAS GLOBALES (E)

Se requerirán USD 78 billones en los próximos 10 años en infraestructura global, para atender el crecimiento y desarrollo de las ciudades. 1,5 millones de personas se agregan a la población urbana cada semana.

Se requiere Innovación y tecnología para la sostenibilidad y productividad de las grandes ciudades del futuro.



Los centros urbanos generan el 80% de las emisiones de gas efecto invernadero



Las ciudades se deberán transformar para ser más limpias, resilientes, ambientalmente eficientes y más saludables para vivir.



Las empresas deberán posicionarse para capturar nuevos mercados que aparecerán como efecto de la urbanización acelerada.

MEGATENDENCIAS GLOBALES (T)

La transformación digital es constante, rápida y presente en todos los sectores.

12% de adultos tienen cuentas bancarias en teléfonos móviles en algunos países de África, por encima del 2% global.



Las generaciones actuales no solo interactúan con la tecnología, la han convertido en su lenguaje natural, dando origen a las redes sociales.

Las empresas deben adoptar, experimentar, implementar y aprender de las nuevas tecnologías para crear valor y generar cambios importantes en el mercado.

Las tecnologías de mayor potencial disruptivo son, inteligencia artificial, realidad aumentada, drones, internet de las cosas, robots, realidad virtual, impresiones 3D.

En el 2020 habrá 7 veces más equipos conectados a internet que personas en el planeta, como hogares y automóviles inteligentes.

La seguridad digital se convierte en una condición crítica que debe acompañar estos avances.

Megatendencias de marketing

Consumidores conectados.

Usan ordenadores, 'smartphones', 'tablets'

Interacción con el contenido digital

La experiencia influirá en el consumo

Consumidor ético

Respeto por el medio ambiente

bienestar animal

Sostenibilidad

Vida saludable

Preocupados por la obesidad

Sensibilidad a ciertos alimentos

Cambio en estilo de vida



Megatendencias de marketing



Retirada de la clase media.

Prefieren escucharse unos a otros que a las **marcas**

Prefieren las tiendas de descuentos

Demandan tiendas más pequeñas en lugares más convenientes.

Reinventar las compras

compras por internet

Por distintas plataformas

Los *clientes* buscan valor antes, durante y después de sus compras.

Preponderancia de las experiencias sobre las posesiones

Disminución real del gasto en bienes duraderos

Incremento del gasto en servicios seguirá creciendo

A futuro sería igual

Megatendencias de marketing

Uno de los pilares del marketing actual es ser respetuosos con el entorno. Los consumidores exigen que las empresas busquen soluciones de crecimiento “sostenible”

Entre las Megatendencias del marketing, el diseño ocupa un lugar destacado, un lugar básico para lograr una evidente diferenciación del producto o el servicio.

La empresa que no se adapte a la red, que no conozca, ni realice acciones en la red, no tendrá opciones de avanzar y evolucionar para mantener su negocio competitivo

La conectividad global (con redes sociales, dispositivos móviles, computadores) es básico en un mundo globalizado.

Los móviles suponen un reto para el futuro, por lo que son una de las Megatendencias del marketing más importantes del momento.



EVOLUCIÓN DEL MARKETING

**¿Ya pensaste qué es lo que los consumidores
compran de tu empresa?**

**No....., no es el producto en sí, sino las
necesidades que resuelve**

¿Por que las personas compran un vehículo?

¿La gente quiere un vehículo?

¿Por qué la gente compra vehículos costosos?

¿Por qué personas con diferentes características compran el mismo tipo de vehículo?

Las personas compran vehículos para mejorar su vida, hacerlos sentir independientes, darles la opción de ir a donde quieran, tener reconocimiento social.....





En la fabrica producimos cosméticos.
En las tiendas vendemos esperanza.

— Charles Revson —

AZ QUOTES

¿Que mueve al consumidor a la compra?



- 95% Fuerzas EMOCIONALES
- 5% Motivos racionales.

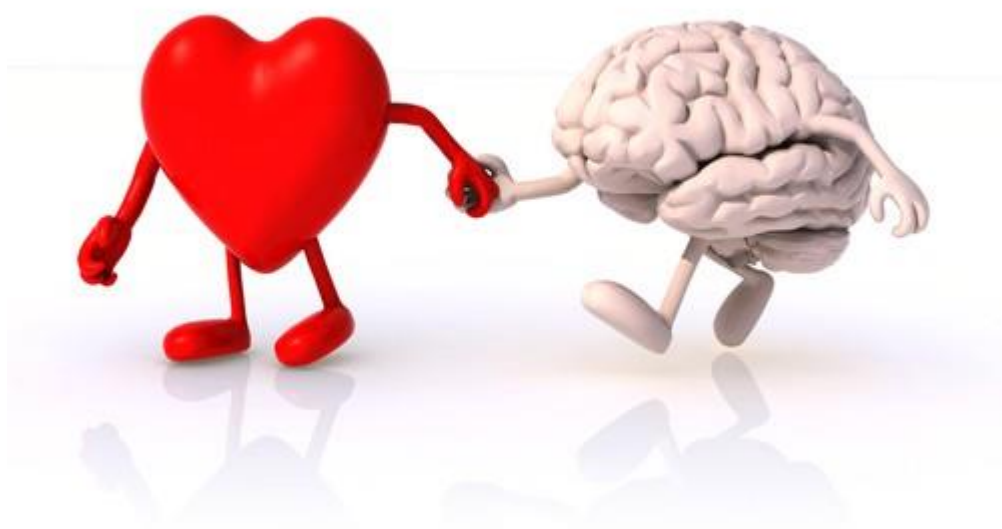
No se trata de su producto o de lo que este hace, se trata de lo que los consumidores pueden hacer una vez usan su producto para mejorar su vida.

Las personas no quieren productos, quieren soluciones a sus problemas, motivaciones y aspiraciones.



Saber que es lo que los consumidores quieren no es problema de ellos.

Steve Jobs



Marketing Neurológico

1. Percepción visual
2. Percepción auditiva
3. El tacto
4. El olfato

Los neurocientíficos afirman que realmente sentimos más de lo que pensamos, y que la emoción desempeña un papel crucial en la toma de decisiones.

Aplicaciones

- Los carros de compra.
- Olor del pan recién horneado.
- Artículos de primera necesidad al final del almacén.
- Los productos más costoso a la altura de los ojos.
- Tiendas desordenadas, sensación de barato
- Focos de luz orientados a productos especiales.
- Música de acuerdo al tipo de negocio.

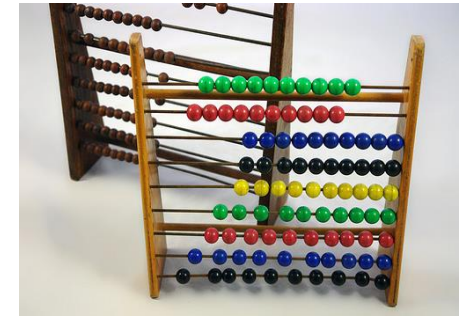
Parte de la clave esta en innovar.



- **Primero, tienen que entender lo que sus consumidores quieren adquirir.**
- **Deben identificar los problemas que intentan resolver en su día a día.**
- **Luego desarrollar productos, experiencias y procesos que les ayuden a alcanzar sus metas, de la mejor manera posible.**

Sectores menos expuestos a innovaciones disruptivas

- Alimentación.
- Agricultura.
- Construcción.
- Materias primas.



“Piense en la era digital
como la oportunidad de conectar
**a sus clientes en tiempo real,
con una comunicación
asertiva y efectiva ”**

Características del Marketing Digital

Es personalizado. Te permite hacer un marketing a la medida.

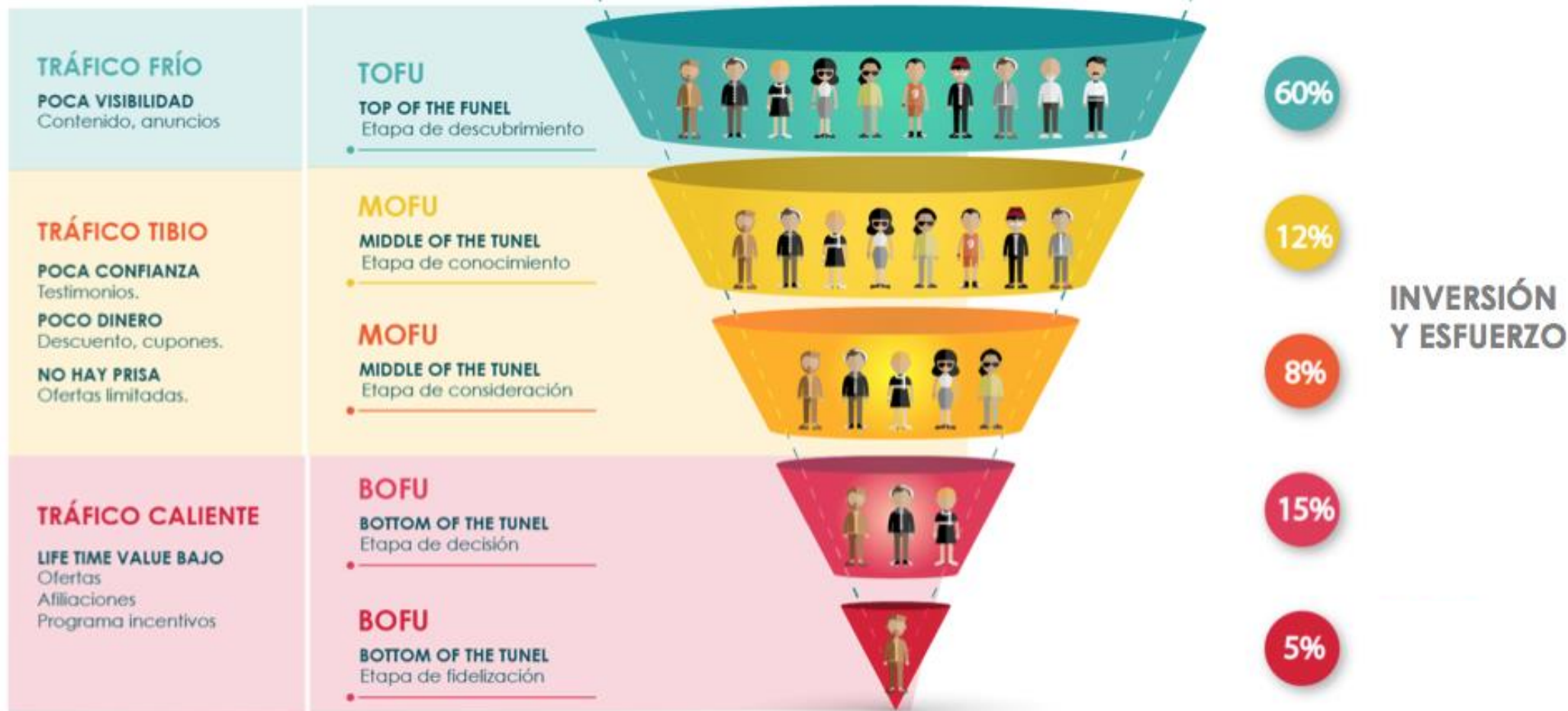
Es masivo. Por muy poco dinero puedes llegar a muchísima gente a través de herramientas tales como los enlaces patrocinados o el marketing en buscadores.

Es bidireccional. Bien realizado, el marketing digital facilita la interacción entre el consumidor y el empresario.

Debe ofrecer una experiencia, una emoción. Al ser un marketing más personalizado que el off line, también se imponen mensajes más individualizados.



Customer Journey





+300 Millones de personas conectadas **en Latinoamérica**

Los clientes contactan a las empresas a través de múltiples canales, alternan entre ellos, y hacen una pausa para retomar el contacto más adelante. Por ejemplo, según Customer Experience Board (CEB):

El 58% de los clientes visitan la web antes de llamar; y el 34% está en la web mientras habla con un representante de atención.

<https://www.genesys.com/es/platform/omnichannel-customer-engagement>



Millenials
generación más conectada

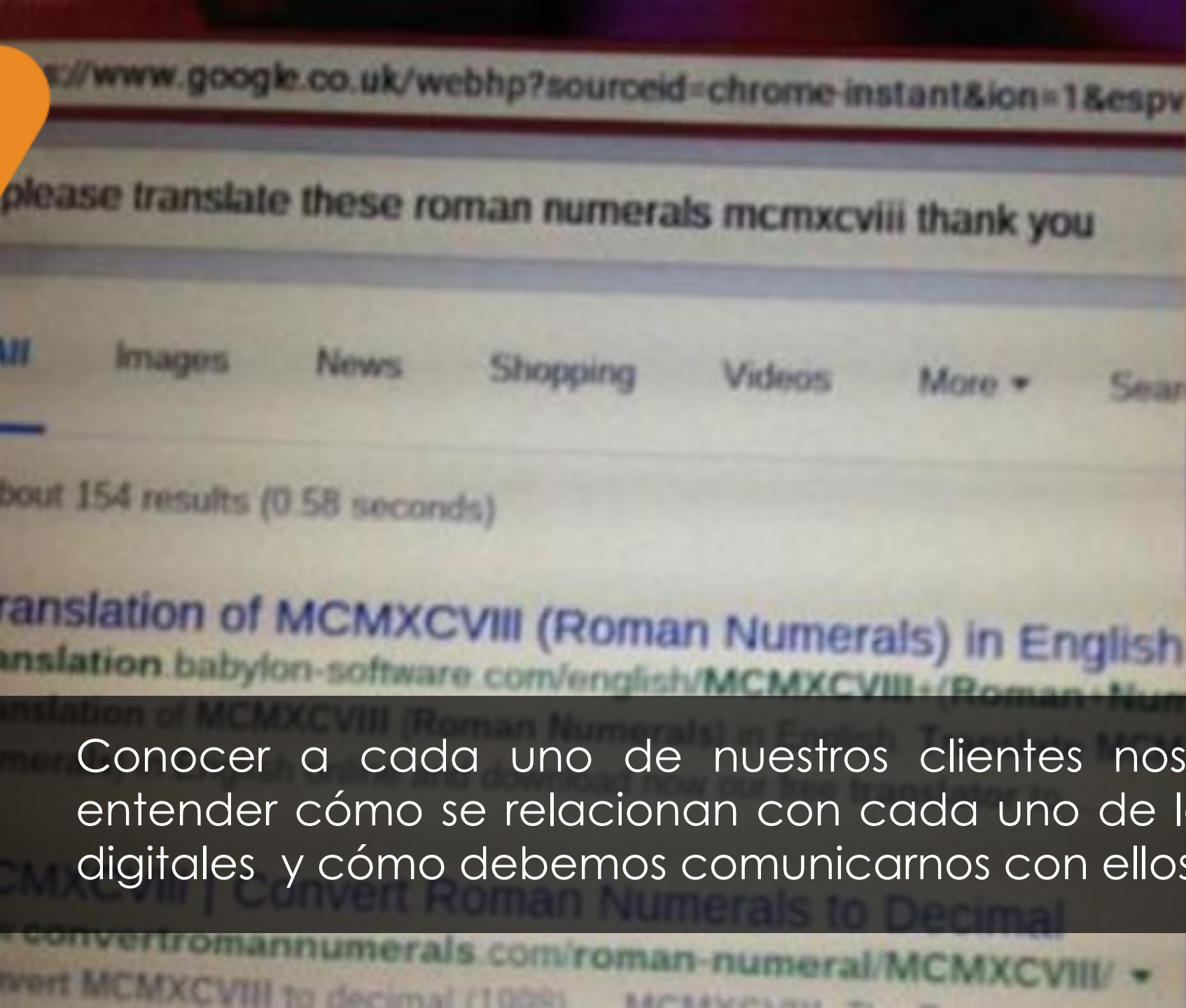
90%
usuarios

4 HS
diarias



Viegenials
dinero y gusto por lo premium

50 a 75 años
explosión del consumo



Conocer a cada uno de nuestros clientes nos ayuda a entender cómo se relacionan con cada uno de los canales digitales y cómo debemos comunicarnos con ellos.



¿Cómo podemos ayudar a nuestros clientes?

- Ayudarlo a hacer mejor su trabajo.
- Ayudarlo a tomar mejores decisiones.
- Ayudarlo a vivir más tranquilo.-
- Ayudarlo a....



¿De qué tribu
quieres ser líder?



¿Qué debo comunicar?
cuándo, dónde, a qué hora.

#HAPPYBEERTIME



Tag your instagram
#happybeertime and
#barname to make this
happyhour last longer.

HAPPYBEERTIME
0:34:58



#HAPPYBEERTIME + #NAME OF THE BAR TO EXTEND THIS HAPPY HOUR |

Realidad aumentada

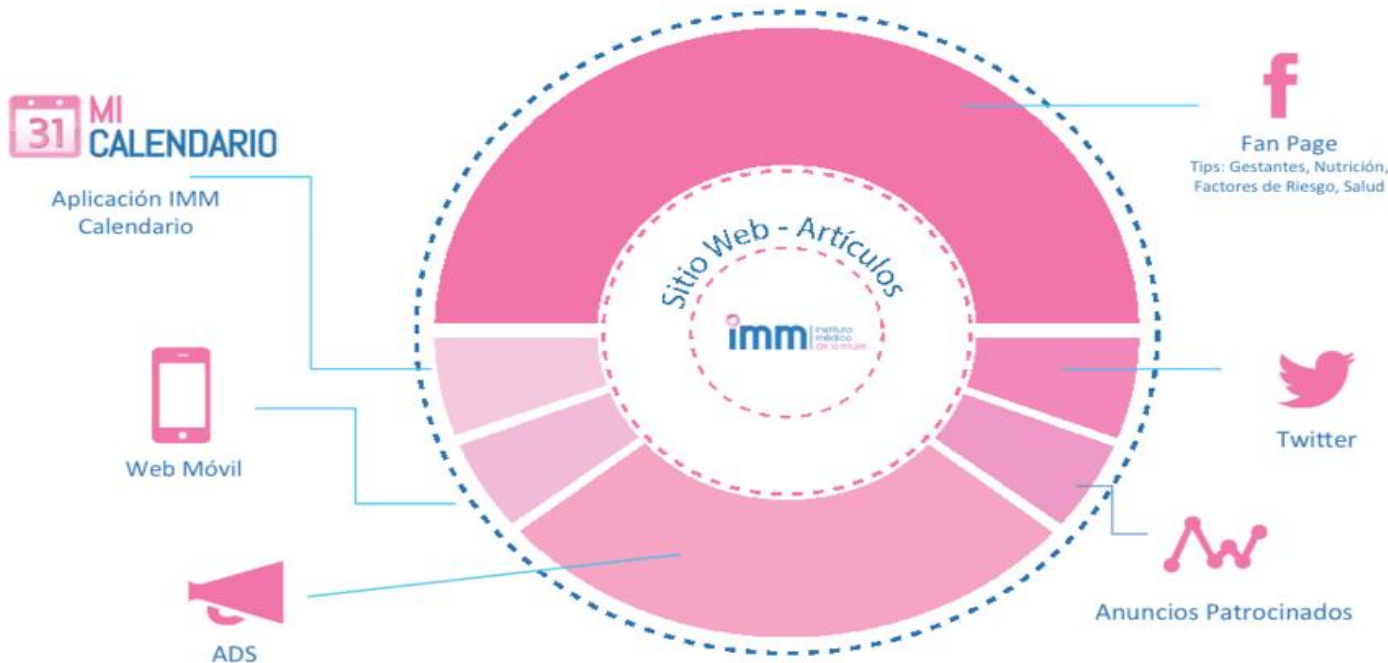
covers
% viscose/
grey/check.
made, gives soft
furniture is unique.
02.016.82



Scan page to see more

¿Cómo crear el ecosistema digital?

ECOSISTEMA DIGITAL



Canales propios:

Sitio web, landing page, blog, App.
(Mi espacio, mi data).

Sociales:

Foros, redes, comunidades. Plataforma de intercambio de información.

Ganados:

Contenidos compartidos. En canales donde no podemos ingresar. Grupos Whatsapp.

Pagos:

Amplificación del mensaje.

Personas:

Influenciados y embajadores.

Universo digital

Buscadores

Haz una búsqueda en Google o escribe una URL



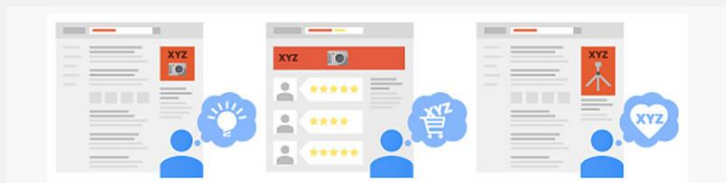
SEO
(Orgánico)



Google Ads

SEM
(Pagado)

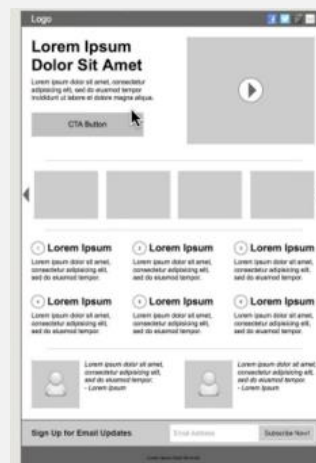
Publicidad



Desarrolladores de contenido

PRENSA – INFLUENCERS - BLOGGERS

PÁGINAS WEB, TIENDAS, APP

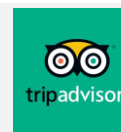


MARKETING DE PERMISOS



CONTENIDO DE INTERÉS
CALIFICACIÓN DE LEADS

Plataformas especializadas




ESTRATEGIA DE
CONTENIDOS


REDES SOCIALES



Página informativa




Página de aterrizaje



**TODO
X24**
LO QUIERES... LO TENES!

Todox24 Sortea un calzado FILA Ocean Runing!

Solo rellena el formulario y listo ya estas participando en nuestro sorteo el 18 de junio.



FORMULARIO DE PARTICIPACION

Nombre completo*

Email*

¿Cual es tu actividad preferida?*

Seleccionar ▼

11 + 8 = 7

Quiero Ganar!

No nos comprometemos a NO utilizar tu información de contacto para enviar SPAM

Tienda virtual



Redes sociales



Empresa tipo A

Lo que algunos dicen:
Conozco personas que no
tienen página web y
venden muchísimo



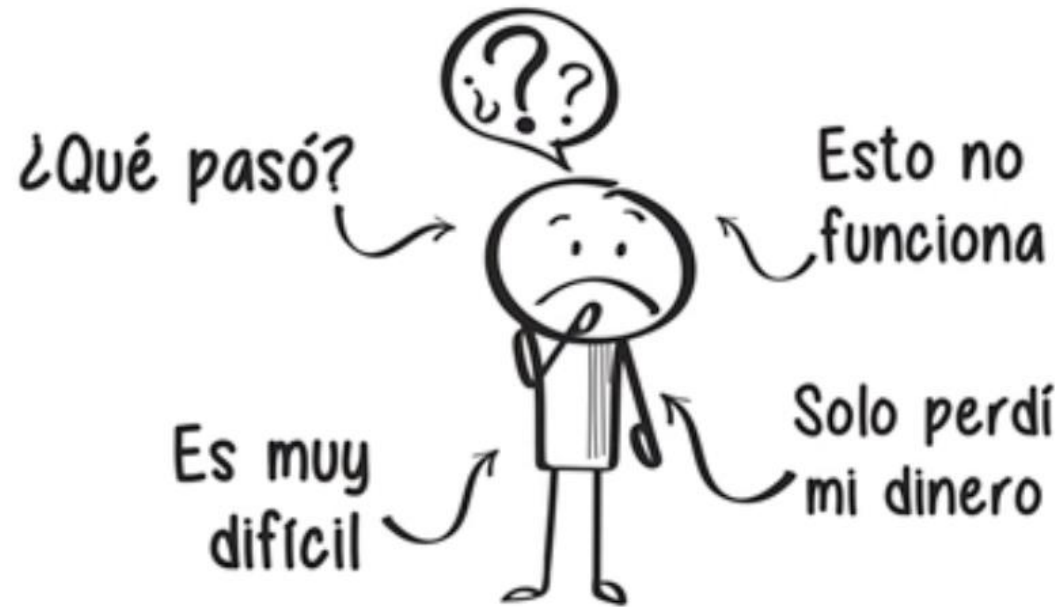
Empresa tipo B

Lo que algunos piensan:
Dígame cuánto tengo que
invertir para vender....



¿Cuál es tu caso?

LO QUE LA MAYORÍA DE LAS PYMES HACE...
Si NO LOGRA LA VENTA...



LO QUE LA MAYORÍA DE LAS PYMES HACE...
Si es que LOGRA LA VENTA...



Universo digital

Buscadores

Haz una búsqueda en Google o escribe una URL



SEO
(Orgánico)



SEM
(Pagado)

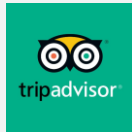
Publicidad



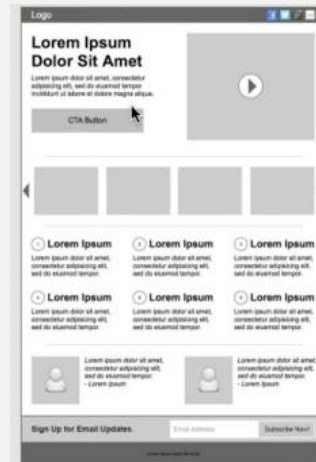
Desarrolladores de contenido

PRENSA – INFLUENCERS - BLOGGERS

Plataformas especializadas



PÁGINAS WEB, TIENDAS, APP



MARKETING DE PERMISOS



CONTENIDO DE INTERÉS
CALIFICACIÓN DE LEADS



ESTRATEGIA DE
CONTENIDOS

REDES SOCIALES



Llega al público mediante las palabras claves

Mejor para llegar a las personas que están listas para comprar que saben lo que buscan

META: Generar ventas con ppc es fácil de medir y reutilizar

COSTO: Depende de la competencia.

ÉXITO: Clics, CTR, número de ventas, conversiones.

CONTENIDO: Depende de la red que se use, puede ser sólo texto o imagen y video.

Llega al público en función de la demografía, el comportamiento, ubicación e interés.

Mejor para dar a conocer una marca, llegar a potenciales clientes al inicio del mapa del cliente.

METAS: Construir listas de correos, generando leads y atrayendo prospectos de negocios..

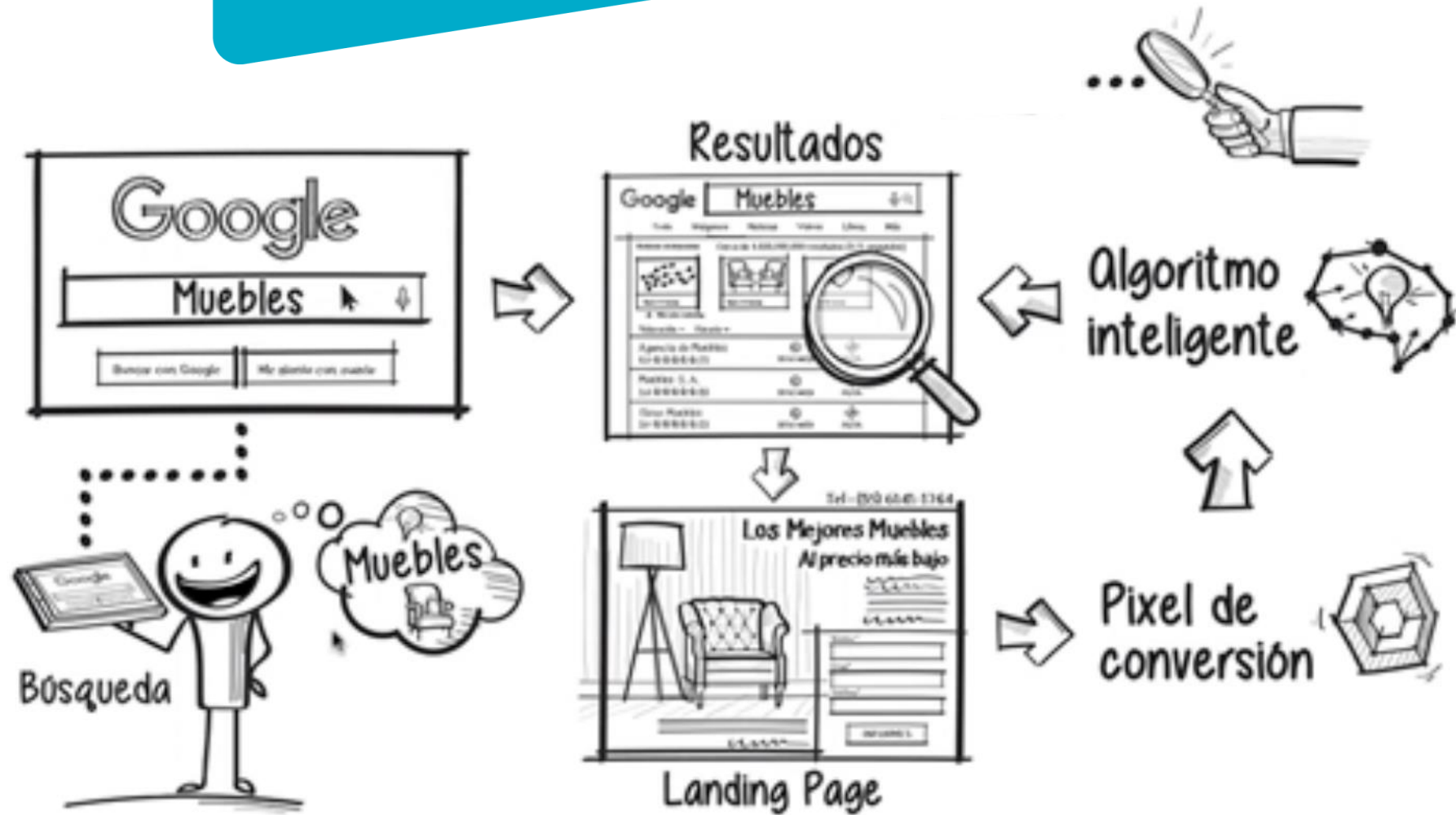
COSTO: depende del tipo de campaña puede variar de 2000 por día en adelante.

ÉXITO: Me gusta, acciones, comentarios, número de clientes potenciales.

CONTENIDO: Imágenes, videos, carruseles, presentaciones, videos, live.



Marketing de intención





frutas frescas fisagasuga



Todos Imágenes Maps Noticias Videos Más Preferencias Herramientas

Cerca de 41,300 resultados (0.45 segundos)

Se muestran resultados de frutas frescas **fusagasuga**
Buscar, en cambio, frutas frescas fisagasuga

Fruta Fresca Tienda Online | La Marca de tus Marcas

Anuncio www.frutafresca.com.co/

Descubre aquí las mejores marcas de ropa a precios increíbles ¡Ingresa ahora! Los detalles de las marcas originales son exclusivos. Compra 100% segura. Productos originales.

Diesel

Prendas Diesel 100% originales
Distribuidor autorizado

Ray-Ban

Gafas Ray-Ban 100% originales
Distribuidor autorizado

Envía Frutas a | Flores Fusagasuga (Cundinamarca ...

<https://www.premiumflorist.com.co> > fusagasuga-cundinamarca > categoria

Frutas. Florerías **Fusagasuga** (Cundinamarca). Delivery de flores en **Fusagasuga** (Cundinamarca). ... **Frutas Frescas**, Colombia, **Fusagasuga** (Cundinamarca) ...

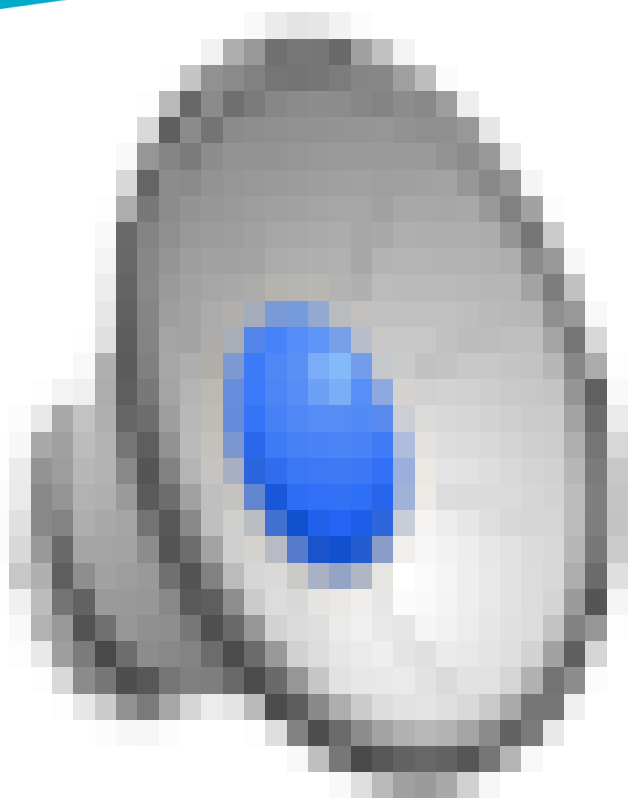
Supercundi - Tienda de frutas y verduras - Fusagasugá - 48 ...

<https://es-la.facebook.com> > ... > Fusagasugá > Compras y ventas minoristas

★★★★★ Calificación: 4.1 - 48 votos

Supercundi - Información administrativa: Carrera 103 # 23 H-45 Fontibon. Información comercial: Carrera 10 # 7-40 edificio Mercafusa, **Fusagasugá** -...

Búsquedas por voz



Marketing de “interrupción”



¿Se fue Facebook?..

CNMemes

facebook

**¡Tranquilos! Solo es una prueba que
domino sus vidas!**

No estamos conectados
para ver publicidad y ver qué comprar.



Estamos expuesto, diariamente a más de 5000
mensajes publicitarios, quizás sólo retenemos el 5%.

Total compradores



Teléfono celular/
Smartphone

58%



Computador portátil

25%



Computador de escritorio

15%



Tableta

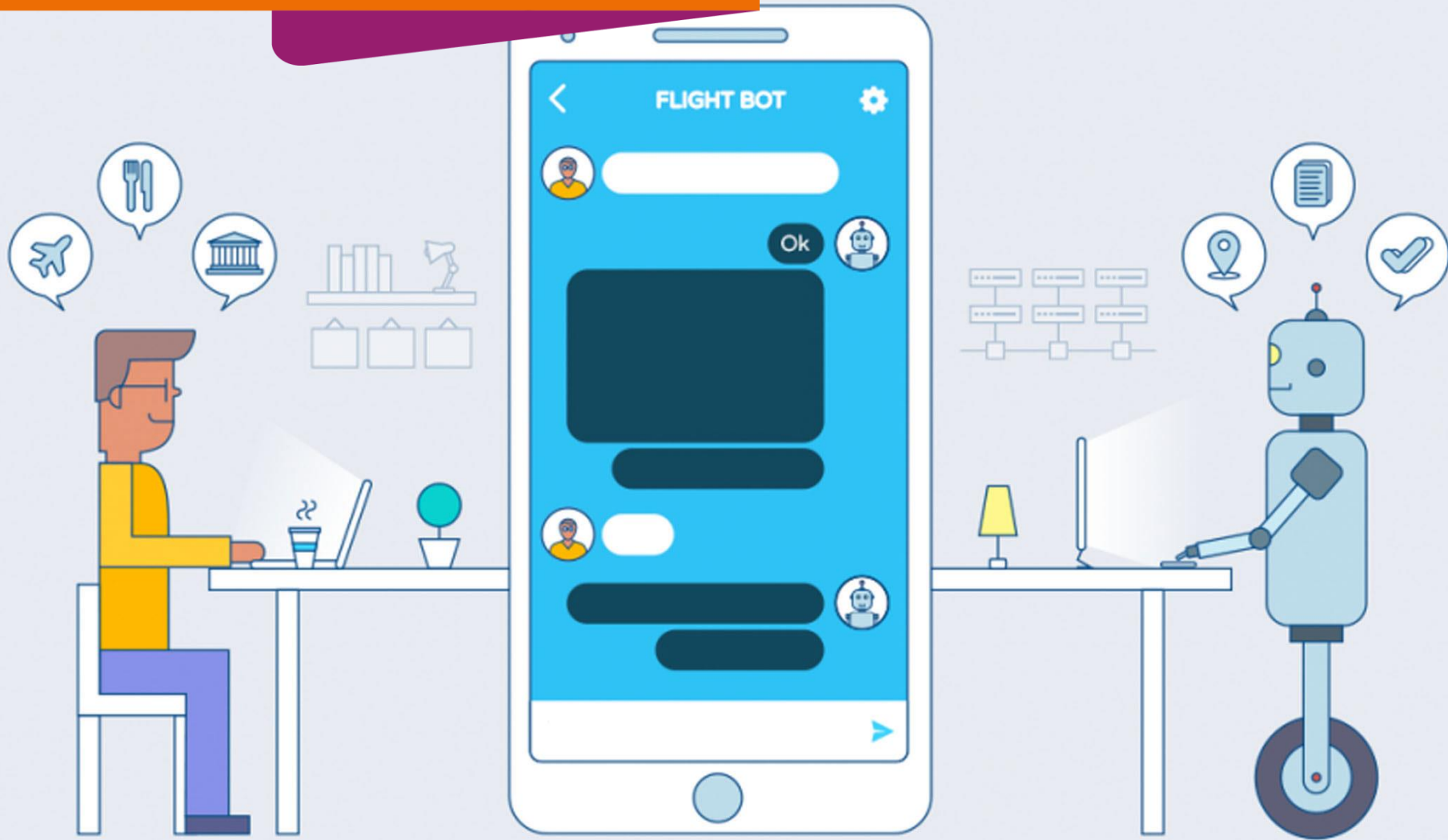
2%

200 interacciones
con diferentes
dispositivos
y aplicaciones diariamente

Canales de atención y venta



Era de la Automatización



Chat Bots

The screenshot displays the eTb website with a chatbot overlay. The website header includes navigation links: NEGOCIOS, EMPRESAS Y GOBIERNO, MI ETB, QUIÉNES SOMOS, and INFO USUARIO. The main banner promotes 'FIBRATÍZATE' with '30 MEGAS' and the offer 'PAGA 15 MEGAS LLEVA 30 X 1 AÑO'. A sidebar on the right features a '¡HOLA! Soy Max' chatbot icon and a link to 'terminos y condiciones en etb.com'. The bottom navigation bar contains links for 'Paga tu factura', 'Chat', 'App Móvil', 'Recarga tu Móvil', and 'Mejora tu WIFI'.

Chatbot Interface:

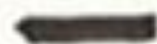
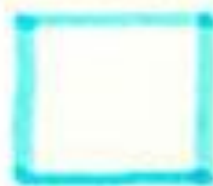
- Header:** eTb ¡HOLA, SOY MAX! (Close button)
- Message 1:** Ingresa a este link y uno de nuestros asesores te ayudará con la solicitud de productos:
[Chat Ventas](#)
- Message 2:** Max
¿Tienes alguna consulta adicional?
[Sí](#)
[No](#)
- Message 3:** Max a las 19:31:58
 (Send button)

Footer: <https://www.etb.com/mietb/ConsultaFacturaOutLogin.aspx>

Gafas de Google

EL CONTENIDO ES

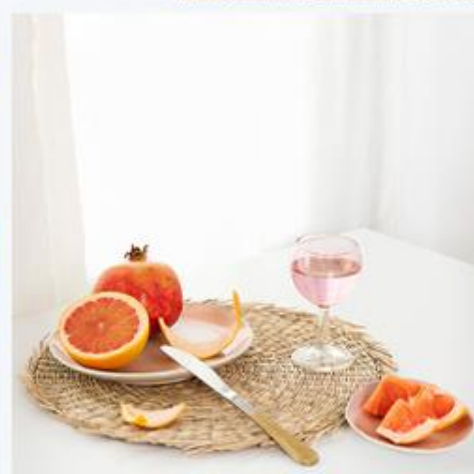
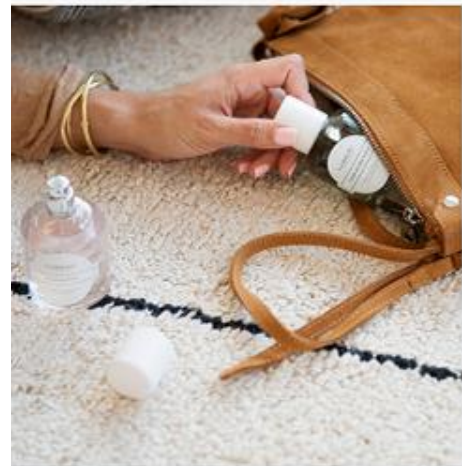
EL REY



Lo que quiero vender

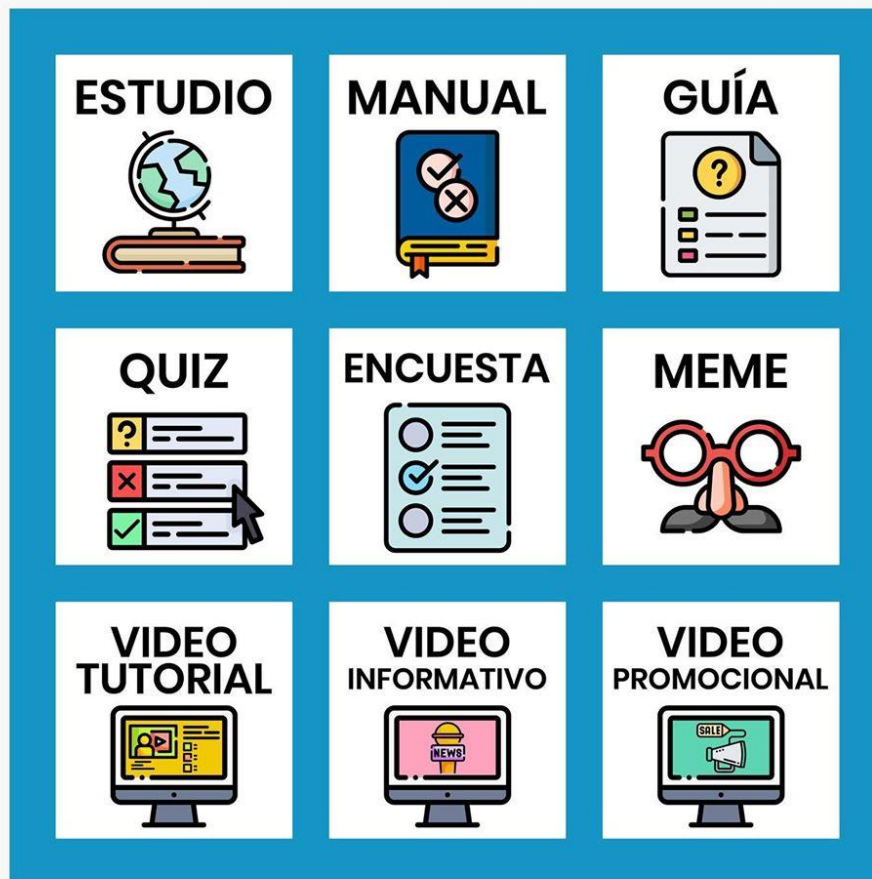


Cómo lo voy a vender



Educar a mis clientes

Un cliente educado, es un cliente con su chequera abierta.



Educar a mis clientes

GLOSARIO DE
TÉRMINOS



CUPONES



PLANTILLAS



PLANTILLAS
DESCARGABLES



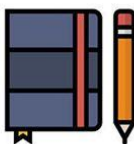
PDFs
DESCARGABLE



EBOOKS



WORKBOOKS



WEBINAR
MASTERCLASS



Q&A



GIF



TESTIMONIOS
REVIEW



FRASES
CÉLEBRES



HERRAMIENTAS



LISTADOS



TRUCO
HACK



CHECKLISTS



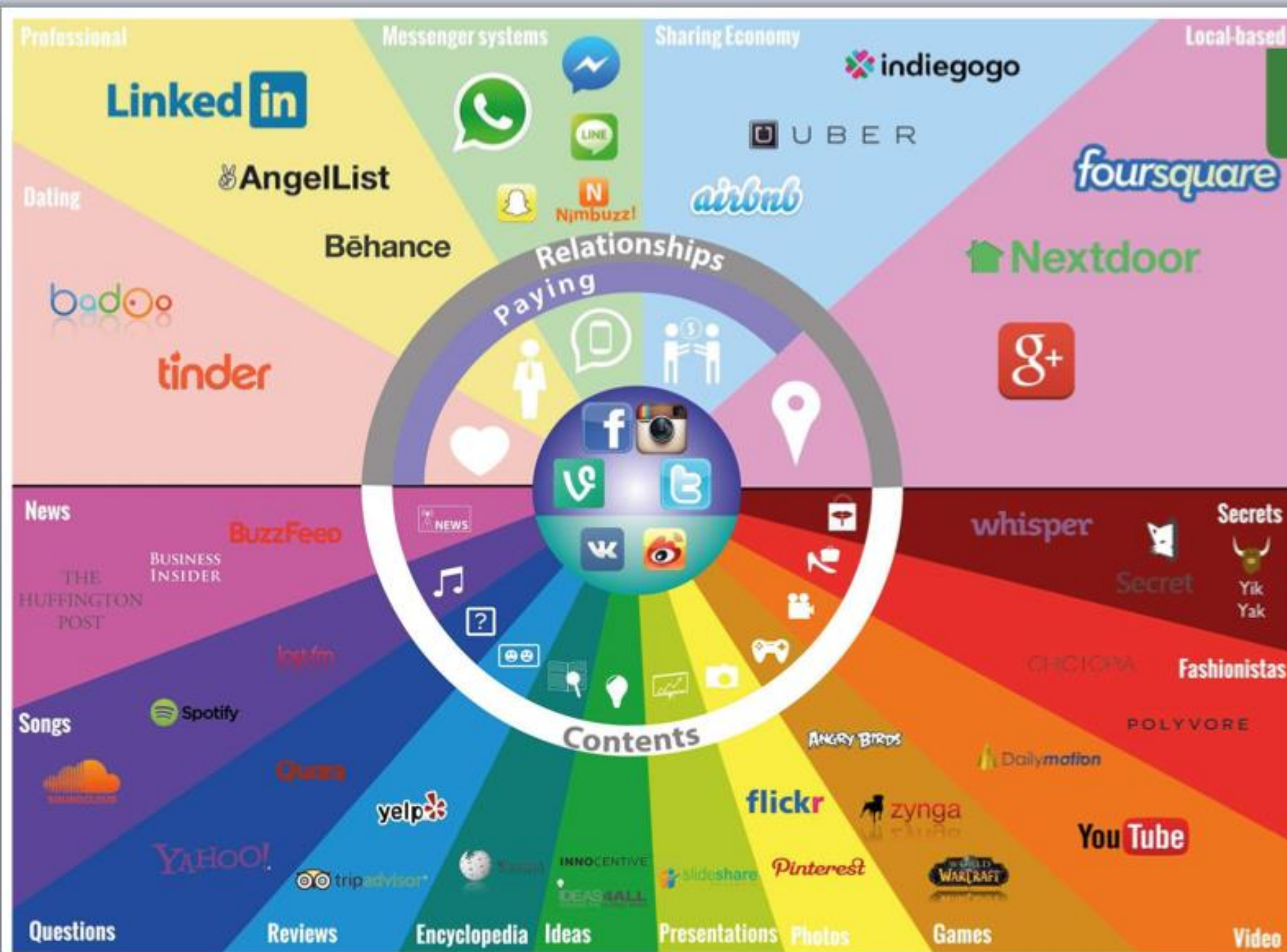
TUTORIALES



SABÍAS QUÉ



Tipos de redes sociales



Ocio : Youtube,
Pintetrest

Profesional: Linked In

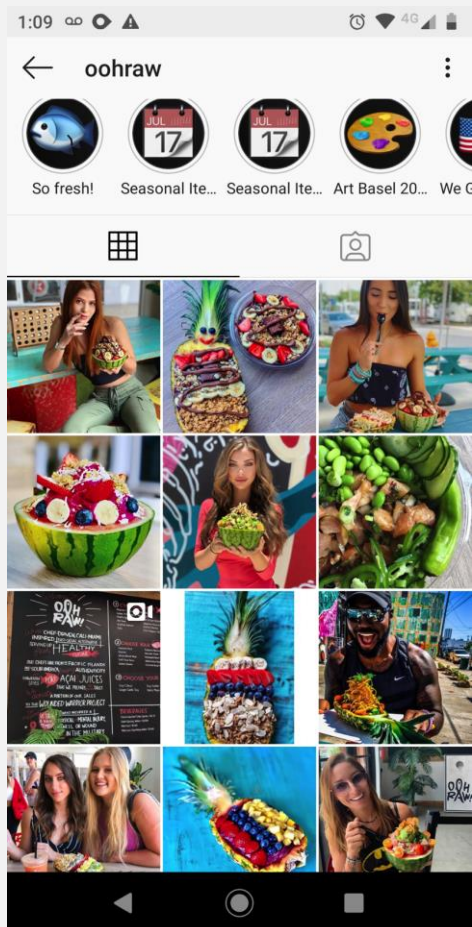
Especializadas: Trip
Advisor, Behance

Relacionamiento:
Facebook / Twitter /
Instagram.

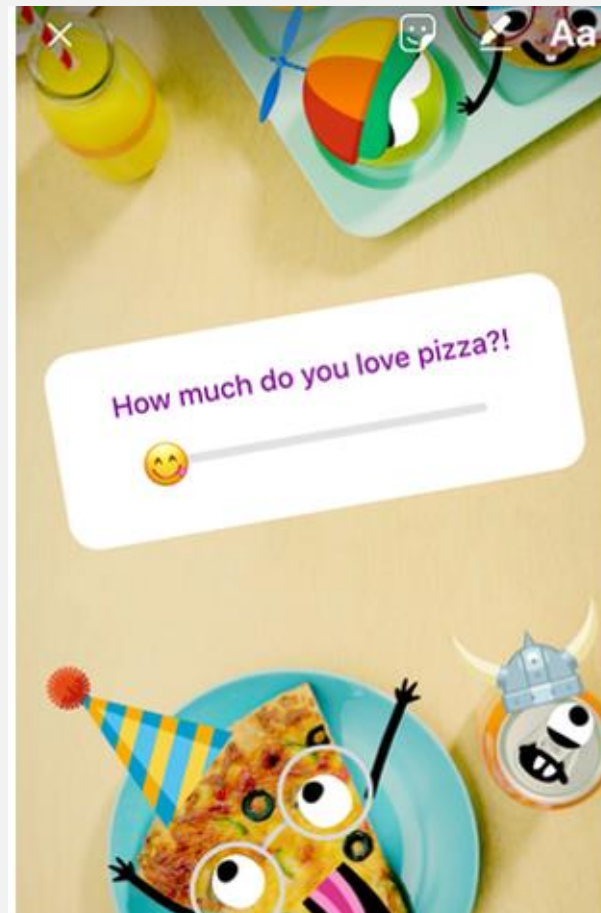
Era del contenidos



Descubrimiento



Conocimiento



Decisión



LO QUE CONTAMOS DE NOSTROS

Marketing de contenidos

BLOG DE CONTENIDOS

Puedes ofrecer consejos sobre cocina, nutrición o sobre tu misma comida para educar a tu cliente.

Cuenta tu propia historia
Quién hace parte de ella



[Ver más en Instagram](#)



172 Me gusta

[Añade un comentario...](#)

Cómo son tus procesos
Cómo se hacen las cosas



[Ver más en Instagram](#)



89 Me gusta

[Añade un comentario...](#)

Identifica un estilo propio
para presentar uts platos



[Ver más en Instagram](#)



1,266 Me gusta

[Añade un comentario...](#)

Dónde será
la experiencia



[Ver más en Instagram](#)



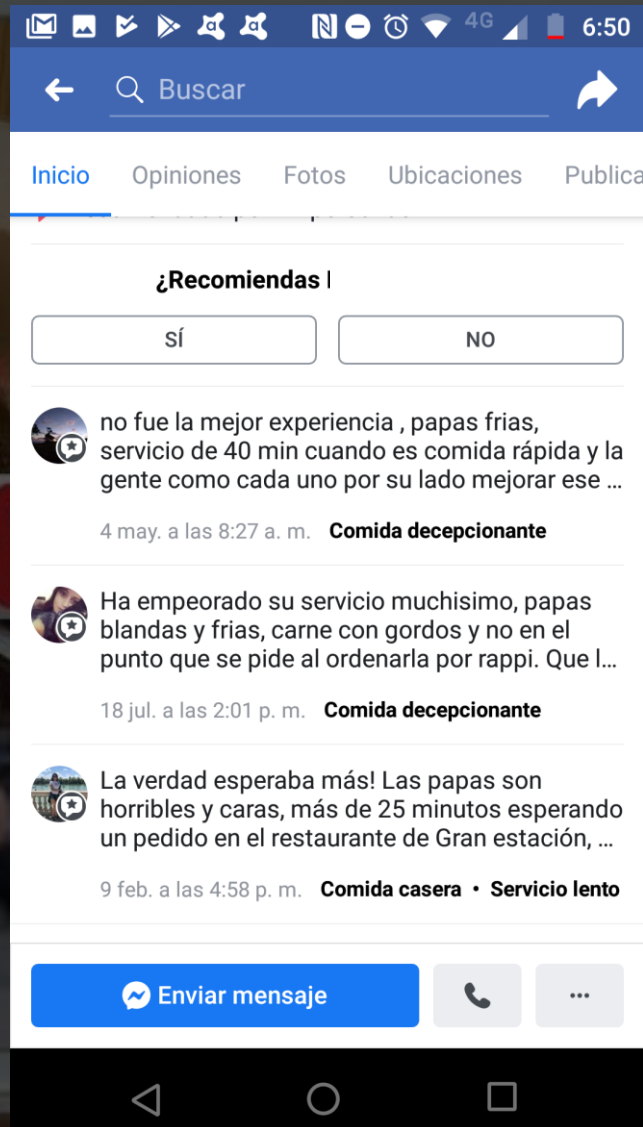
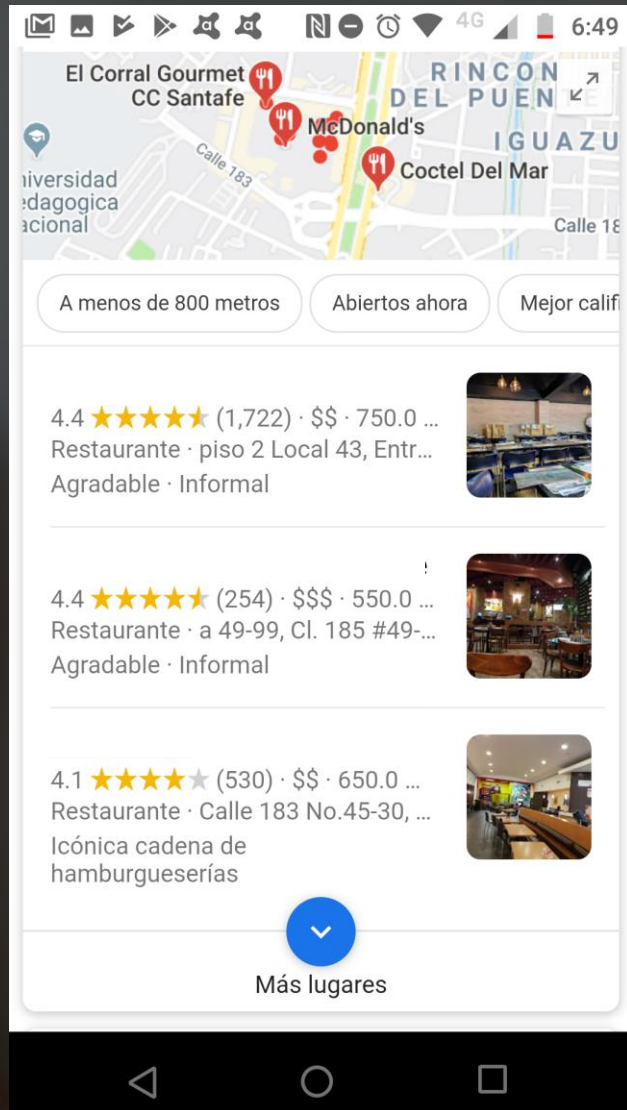
534 Me gusta



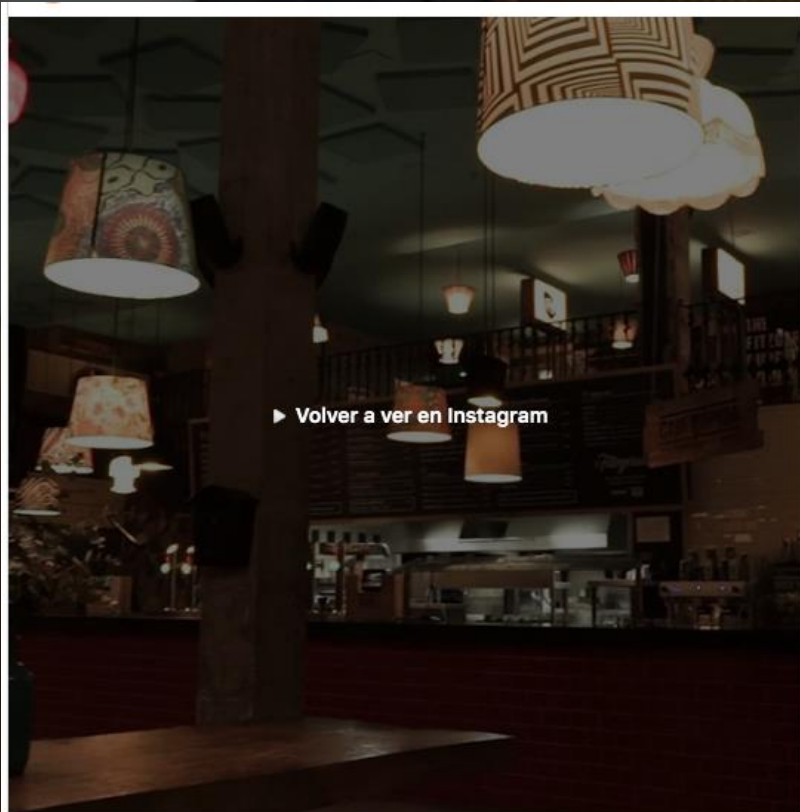
COMO HABLAN DE NOSOTROS



LO QUE DICEN DE NOSOTROS



CREA TU PROPIA EXPERIENCIA



[Ver más en Instagram](#)



226 Me gusta

Añade un comentario...



- ✓ Hay que contar historias
- ✓ Que nos hagan soñar
- ✓ Que sean inspiradoras.
- ✓ Capaces de estimular los sentidos.
- ✓ Que generen cercanía con el público objetivo.

<http://marketingastronomico.com/ideas-para-atraer-clientes-a-tu-restaurante-con-marketing-digital/>



facebook

- **Tipo de presencia:** Página (Fan page) o Grupo, evento o en el market place.
- **Tipos de contenido**
 - Imágenes, Videos, etc
 - Artículos (Propios y de otros) - Promocionar
 - Productos / Servicios / Promociones - Promocionar
 - Live
- **Publicidad**
 - Visibilidad (Alcance o recordación)
 - Tráfico / Conversiones
 - Interacción
 - Video
 - Eventos
 - Clientes potenciales
 - Messenger
 - Productos

(6) Facebook

facebook.com

Aplicaciones Google Hotmail Fotos de Mirador C... Factura y Rut - caro...

Otros favoritos

Buscar

Carolina Inicio Crear

Carolina Archila

Noticias

Messenger

Watch

Marketplace

Accesos directos

SG Talent Consulting

Proyectos Visibles 20+

Tres Dobleces 20+

Transcribe YA 9

Ver más...

Explorar

Grupos

Páginas

Recaudaciones de ...

Eventos 1

Ver más...

Recordar contraseña

La próxima vez que inicies sesión en es clic en la foto del perfil en lugar de escri

Aceptar Ahora no

Crear publicación

¿Qué estás pensando, Carolina?

Foto/video Etiquetar am... Sentimien

Historias

Ver todas

26.277

55 Me gusta nuevos esta semana

Promociones recientes

Disfruta con tu Malla de Pelota

Chat (21)

Crear

Página

Conéctate y comparte contenido con tus clientes o fans

Anuncio

Anuncia tu negocio, marca u organización

Grupo

Encuentra personas con tus mismos intereses

Evento

Conecta a las personas con un evento público o privado

Publicación de Marketplace

Vende artículos en tu comunidad

Windows

File Explorer

Edge

Excel

PowerPoint

Word

Shopping

Outlook

PowerPoint

Skype

Chrome

7:18 a. m.

25/09/2019

25

Facebook Marketplace

facebook.com/marketplace/bogota/?launch_creation=1&fb_dtsg_ag=AQxDuxY3BaMVMS27OJ2j1JL4tBfUp_3C1G_YyJGLGVrEfQ%3AAQyL-occF2iVwiN2ZJEEYHSb41...

Aplicaciones Google Hotmail Fotos de Mirador C... Factura y Rut - caro... Otros favoritos

Buscar

Carolina Inicio Crear

Marketplace

Explorar

Grupos

Tiendas

Compra

Venta

Artículos guardados

+ Vender algo

Ubicación

Bogotá

Categorías


Todas las categorías

Familia

Casa y jardín

Busca en Marketplace


Sugerencias destacadas



\$1

Hermosos Difusores

Bogotá, D.C., · hace más de una semana



\$15.000

Libros novelas, sagas y negocios

Bogotá, D.C., · hace más de una semana

Vende en Marketplace

¿Qué vendes?


100

Precio

Bogotá

Selecciona una categoría

Describe el artículo (opcional)



+10 fotos

Al realizar la publicación, confirmas que cumple con las Políticas de comercio de Facebook y todas las leyes aplicables. Más información

Guardar borrador

Siguiente

Chat (16)

Windows Taskbar

7:21 a. m. 25/09/2019



Information
Technology UP
@ituptechnology

Inicio

Publicaciones

Videos

Fotos

Información

Comunidad

Promocionar

Administrar promociones



Promociona tus publicaciones destacadas automáticamente

Recientemente promocionaste varias publicaciones en Information Technology UP. Con los anuncios automatizados ahorrarás tiempo y podrás promocionar las publicaciones con más interacciones.

Empezar



"A la vanguardia con la
tecnología, amigable,
con el medio ambiente"

Te gusta ▾

Siguiendo ▾

Compartir



Enviar mensaje ✎

Crear

En vivo

Evento

Oferta

Empleo

Crear publicación

Grupos Sugeridos ⓘ



Networking Netgirls...

1,6 mil miembros • 8 publicaciones al...

Unirse



Instagram

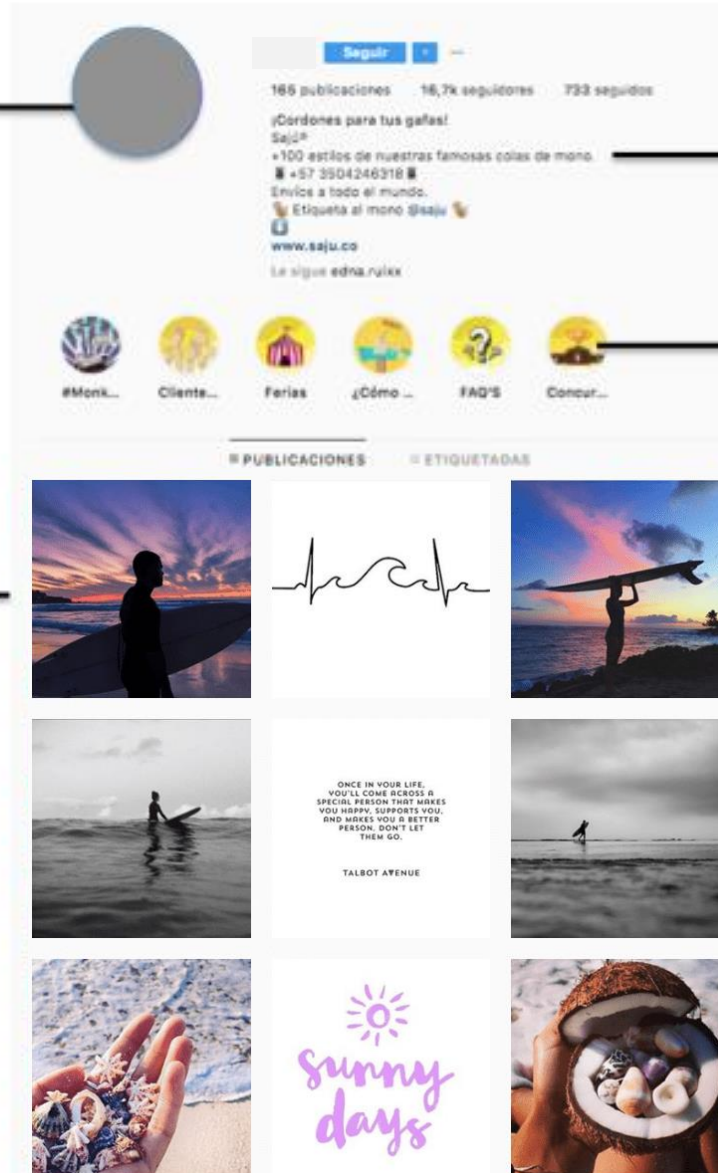
- **Tipo de presencia:**
Cuenta Empresarial
- **Tipo de contenido**
 - Imágenes
 - Galerías
 - Video
 - Historias
 - Live
- **Publicidad**
 - Por Facebook



Cuenta de Instagram:

Foto de perfil
Identidad de la cuenta

Contenido
Qué vamos a comunicar.
Feed e historias o en vivo



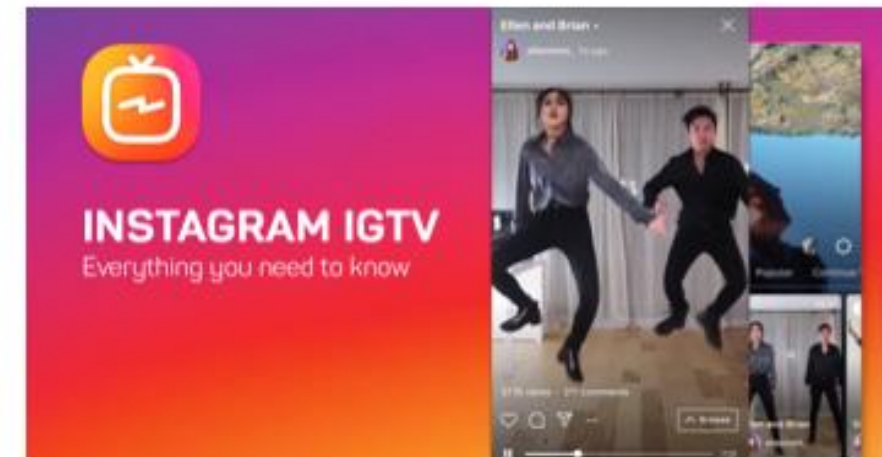
Descripción

Qué ofrezco
Propuesta de valor
Enlace
Contacto

Enlace: <https://linktr.ee/>

Hilights

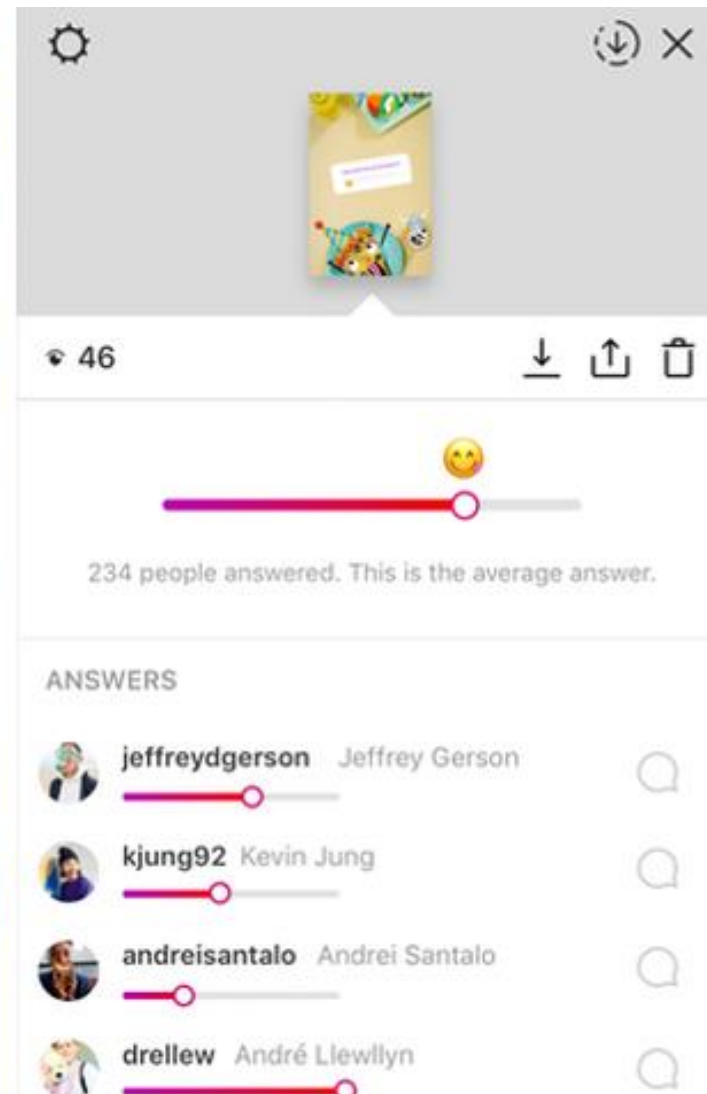
Historias destacadas
Que informen
Que ayuden al cliente

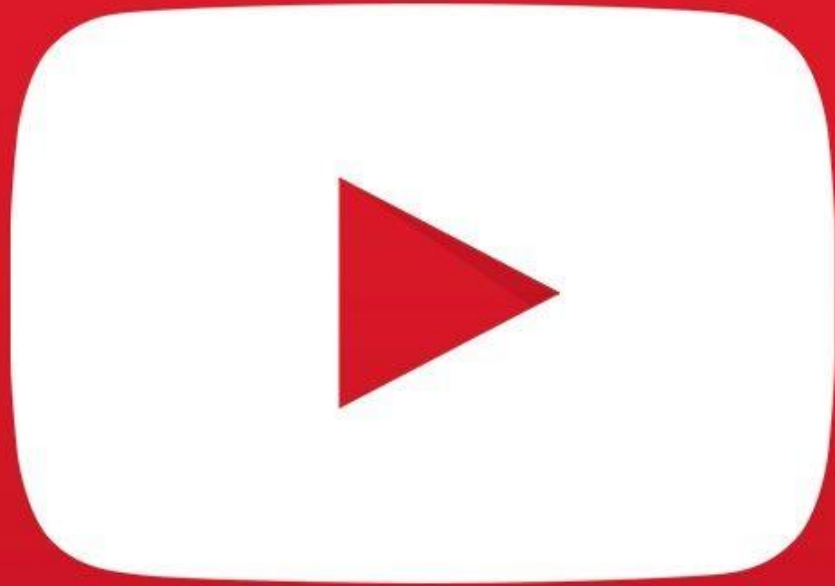




Historias de Instagram: hasta 15 segundos de duración

En vivo: hasta una hora





YouTube

- **Tipo de presencia:** Canal
- **Tipos de contenido**
 - Videos
 - Listas de reproducción
 - Live
- **Publicidad (A través de Google Adwords)**



- Para mejorar el posicionamiento de marca
- Para ofrecer contenidos de valor
- Para educar a tus clientes y prospectos
- Para ofrecer contenidos de entretenimiento
- Para promocionar tus productos y servicios
- Para hacer colaboraciones con prescriptores de Youtube

INSPIRACIÓN

- Tutoriales
- DIY
- Recetas
- Testimonios clientes
- Vídeo MOTION

EDUCACIÓN

- Tips
- Recomendaciones
- Cursos
- Demostraciones productos
- Webinars (Hangouts)

ENTRETENIMIENTO

- Tendencias
- Comedia
- Campañas temáticas
- Colaboraciones con otros



- **Tipo de presencia:** Cuenta (@)
- **Tipos de contenido**
 - Conversaciones (#HashTags)
 - Artículos (Propios y de otros)
 - Productos / Servicios / Promociones
- **Publicidad**
 - Tráfico / Conversiones
 - Interacción
 - Video



- Tipo de presencia: Página de empresa
- Tipos de contenido
 - Artículos (Propios y de otros)
 - Productos / Servicios / Promociones
- Publicidad
 - Historias patrocinadas
 - Anuncios de texto
 - Mensajes InMail



Arrastra y suelta o haz clic para
cargar tus imágenes

Recomendación: Usa archivos .jpg de alta
calidad con un tamaño menor a 10 MB.

[Ver las especificaciones de imagen](#)

Guardar desde el sitio

Guardar

Outfit en Cuero



Entrepieles | Moda en Cuero

0 seguidores

¿Quieres un outfit encuero cómodo?
Para un día informal que salgas de paseo te
recomendamos el azul:

Morral, zapatos y cinturón en cuero azul Entrepieles.

Los primeros 50 caracteres son los que suelen aparecer en los feeds. 343

Agregar un enlace de destino

Elije un tablero (obligatorio)



Publicar inmediatamente



Publicar más adelante

¿Qué información

Podemos obtener del cliente en cada paso



- Tipo de anuncio que lo enganchó.
- Red social que usó.
- Georeferenciación
- Datos demográficos
- Dispositivo.
- Hora.

- Le gustó o no el producto.
- Es activo por redeo.
- Cuál es su círculo de amigos.



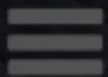
- Páginas de visita.
- Dudas y canales de acudió.
- Método de compra.
- Otros gustos.

- Tienda de preferencia.
- Costumbre de compra.
- Cómo se relaciona con mi marca

- Identificación del cliente.

- Preferencias de servicio.
- Preferencias de canales de contacto.
- Información complementaria.

Ampliación ticket de compra.
Identificación de usuario.



Coffee shop
★★★★★



Watch shop
★★★★★



Restaurant
★★★★★

GRACIAS

